

证券代码：华闻传媒

证券简称：000793

## 华闻传媒投资集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2014-002

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研                      <input type="checkbox"/> 分析师会议  <input type="checkbox"/> 媒体采访                                <input type="checkbox"/> 业绩说明会  <input type="checkbox"/> 新闻发布会                               <input type="checkbox"/> 路演活动  <input type="checkbox"/> 现场参观  <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>银河基金（钱睿南）、长安基金（吕渊）、泰信基金（戴隽）、财通基金（庄颖）、鹏华基金（伍旋）、华安基金（张熙）、华商基金（童立）、北京嘉惠盈投资管理中心（李斌）、上海秋阳予梁投资管理有限公司（刘春）、吉富（中国）投资有限公司（万锐）、五矿鑫扬投资管理有限公司（姚梅）、上海尚雅投资管理有限公司（李天阳）、上海德汇投资（张帆）、知幾投资（成健）、安信证券（许彬）、光大证券（陈建新）、民生证券（郑平、王丹青）、齐鲁证券（陈筱）、东方证券（张开元、张杰伟、张良卫）、兴业证券（姚烈）、方正证券（杨仁文、姚蕾）</p>
<p>时间</p>	<p>2014年6月10日 16:00-18:45</p>
<p>地点</p>	<p>华闻传媒·上海鸿立股权投资有限公司会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事、总裁刘东明先生          董事、副总裁兼财务总监金伯富先生          董事会秘书金日先生          华闻传媒产业创新研究院冯玉明院长</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、签署承诺书          二、介绍公司情况              （一）公司概况                  简要介绍公司的基本情况、发展历程、股权结构和业务结构。              （二）公司资源及优势                  如本次重组能顺利实施，公司的资源和优势主要体现在以下几方面：                      1、丰富的内容生产能力。通过本次重组公司可以提供视频、音频、文稿、动漫等多形态的内容形式，内容涵盖财经资讯、新闻资讯、娱乐内容、文化教育等多领域，且公司旗下子公司在所处视频、音频、动漫等各垂直领域都处于行业领先地位，能够充分为用户提供优质的内容服务。                      2、丰富的牌照资源和渠道能力。根据公司实际控制人拥有</p>

手机视频、IPTV 以及互联网视频等全媒体牌照资源及授权经营情况，公司可以通过内部资源整合、外部兼并收购项目，打造了多终端互动平台，可以向客户提供移动端、PC 端、客厅端、广播媒介端、平面媒介端和楼宇媒介端等全渠道的营销服务。

3、用户粘性和整合能力。公司拥有大约 3000 万的用户群：包括国广光荣（1500 万听众）、时报财经 APP（40 万日活跃用户）、国视通讯（800 万）、华商报系（500 万）、证券时报（50 万）、漫友文化（50 万）；其中付费用户达到 1000 万。公司对于如何管理好用户的付费习惯、提升用户的粘性等方面有丰富的经验。另外国广东方 2014 年及 2015 年的用户发展目标分别为 400 万和 1500 万。股东单位也有大量用户可以合作共享，包括中华网（月均 UV7000 万）、国广星空 Dopool 视频 APP（月活跃用户 445 万）等。随着公司数据中心的建立，基于大数据的用户行为分析，未来公司可以为用户提供精准营销。

4、良好的基本面，强大的筹资能力。公司资产负债率不到 35%，可以快速的低成本筹集资金，为公司持续并购优质的新媒体项目提供了资金保障。

5、拥有强大的股东背景优势。公司具有中国国际广播电台的股东背景。国际台是国家级广播电台，拥有国内传媒领域最全面的媒体经营牌照，包括网络视频、手机电视、互联网电视、IPTV、电视频道、广播等经营牌照，还拥有丰富的全球传播资源，拥有强大的国际媒体渠道及多语种内容制作能力。国际台拥有 95 家海外城市台，每天 43 种语言播报，覆盖 60 多个国家和地区，12 家境外广播孔子课堂，18 家环球网络电台，40 个驻外记者站及总站，4112 个境外听众俱乐部，无线广播每天累计播出节目 3000 多个小时。具有全球信息采集能力和传播覆盖能力。国际在线定位于国际化、多语种（65 种语言）网站。环球东方卫视通过卫星频道、无线频道、有线频道、IPTV 频道和新媒体手机终端每天 24 小时全天候播出的电视台，覆盖美国、加拿大、墨西哥、巴西、阿根廷等北美洲、中美洲和南美洲共 30 多个国家，观众可通过卫星接收器免费收看节目。环球东方卫视积极推动中美之间电影电视和文化艺术的交流与合作，积极参与中美电影节的各项活动，并且与中美两国的影视同行推出联合制作的电影电视作品，在把好莱坞的先进影视科技引进中国的同时，更把优秀的中华文化传播到国际舞台。国广东方与海外著名影视公司合作，建立覆盖北美、东南亚、非洲、中东、欧洲的海外渠道；中华网成为海

外华人了解中国资讯的第一门户网站。

### (三) 公司战略蓝图

公司战略蓝图为：以多个领先的垂直领域业务为基础，以多屏互动为手段，以垂直化、社区化、数字化、国际化为方向，将华闻传媒打造成“互联网平台型传媒集团”，为用户提供综合生活服务，为客户提供全案营销服务。



多屏互动是指在不同的媒体终端上进行多媒体内容的传输、展示、控制，使用户可在不同终端设备上同时共享展示内容。如本次重组能顺利实施，公司将拥有众多终端屏，包括：**移动屏**，如公司拥有 800 万包月付费用户的国视通讯、掌视亿通，是广电部门发放的六张手机电视集成播控牌照运营商中收入规模和用户数量最大的一家；另外公司实际控制人国广控股还拥有 1.3 亿下载量的国广星空 Dopool 视频；**PC 屏**，如陕西第一综合城市门户网站华商网、辽宁第一门户辽一网、重庆时报网、新文化网、信披指定网站证券时报网、行业前列的留学及考试教育在线太傻网、原创动漫网站漫友网；另外公司实际控制人国广控股还拥有月独立访问量 7000 万的中华网；**电视屏**，国广东方互联网电视业务运营全国七张互联网电视牌照之一；**户外屏**，精视文化是国内第二大楼宇广告企业。

公司在多个垂直领域处于行业领先的地位，如手机视频领域收入规模第一、原创动漫领域行业第二、高端留学服务行业第一、舆情监测舆情营销领域行业第一、财经传媒领域行业名列前茅、广播传媒行业领先。公司未来将在垂直细分领域充分发挥现有和拟收购公司的行业领先地位，进行产业链延伸，在细分领域做深做精。

社区化是指将现有的都市报、区域门户网站办成特定区域内用户的城市生活综合服务平台。在网络资讯更发达的美国，区域

报得到巴菲特的高度认可，其在 2012 年就投资了 115 家报纸。我国现阶段区域报才刚起步，价值尚待进一步发掘，未来业绩增长空间大。华商网已成为当地最强的服务平台，123hi 打造地方城市生活消费聚合平台；辽一网成为当地最强的服务平台；重庆时报网成为区域领先的房地产信息平台；重庆华博的房地产代理销售业务成为重庆最大的房产销售全案代理；华商汽车会展成为全国五大汽车展览之一。同时，公司将精耕细作区域广告，如精视文化在杭州、成都、济南等城市拥有最好的本地电梯广告资源，将在精耕细作本地广告市场的基础上，发展全国性的广告业务。

数字化是指大数据引擎帮助提升平台的内容互通及用户数据挖掘。公司将在近期成立数据中心，负责建立平台的内容数字化工作，为未来全平台用户互通，内容互通准备；公司内容平台的数字化工作将依托于邦富软件强大的云计算和大数据处理能力。

国际化是指利用实际控制人海外资源助推公司拓展海外用户，增强公司内容变现能力。

为用户提供综合生活服务是指充分发挥公司的多终端优势，向客户提供基于移动屏、PC 屏、电视屏、户外屏、报纸的全渠道资讯服务，及其衍生的综合生活服务。

为客户提供全案营销服务是指充分发挥公司的多终端优势，向客户提供基于移动屏、PC 屏、电视屏、户外屏、报纸的全渠道营销服务，为用户提供策划、文案、全渠道营销解决方案及实施等服务。

为实现上述战略蓝图，将公司打造成“互联网平台型传媒集团”，公司将在近期成立三个中心：

(1) 内容中心。将公司拥有及通过合作获得的视频内容、音频内容、文字内容、漫画内容等进行聚合，按财经、新闻、民生、影视、游戏、漫画、教育、网络文学等分类，通过多屏互动的方式向用户传播，实现各种内容在不同的媒介端口的形态转换，逐步实现内容共享。

(2) 数据中心。将公司拥有及通过合作获得的视频内容、音频内容、文字内容、漫画内容等进行数字化管理与传播；将公司旗下各渠道拥有的所有用户归集到统一的用户数据平台；建立大数据管理分析系统，负责全平台的内容和用户分析，进行大数据精准营销。

(3) 创新中心。探索公司跨媒介、跨地域的业务融合与创

新，促使公司向网络化转变、向内容全渠道输出转变、向全平台用户共享转变。

#### **（四）公司战略实施**

##### **1、实施多屏互动。**

（1）并购国视通讯和掌视亿通，拓展移动屏。国视通讯和掌视亿通，是中国运营商视频领域领先的内容平台运营企业，拥有超过 800 万付费用户；是广电总局发放的六张手机电视集成播控牌照运营商中收入规模和用户数量最大的一家；目前与中国移动、中国电信和中国联通三大移动网络运营商均开展基于移动音视频内容服务的合作。

（2）并购精视文化，拓展户外屏。精视文化是国内第二大电梯广告企业，自有媒体 8 城市超过 80000 个版位，城市主要中心区域市场占有率超过 70%；未来精视文化的 80000 块广告屏将成为华闻传媒重要的内容出口之一，华闻传媒的全媒体内容平台丰富的内容资源，也能提升精视文化广告屏幕对用户的吸引力，提升其媒体资源的广告价值。

##### **2、强化原创内容制作和聚合能力。**

（1）增资国广东方，支持其对外多方位合作，全速推进互联网电视，开展客厅端 3D 游戏业务。截止目前，国广东方与四川电信等战略合作方合作落地项目达到 18 个，其中 10 个项目已实现平台对接，付费用户将快速提升；已与全球著名游戏引擎商合作，开展客厅端 3D 游戏业务；已与国内某大型在线视频网站达成战略合作意向；已与国内领先的电视云服务、新媒体解决方案提供商天脉聚源（北京）传媒科技有限公司达成合作协议，开展 CIBN 基于互联网的电视回看、电视节目栏目化和节目素材碎片化采集、制作和点播/轮播频道制作所有相关应用业务及相应系统建设，运维和市场推广。

（2）并购漫友文化，进军动漫领域。漫友文化是国内第一大原创漫画平台。多年来，漫友文化积累了丰富的漫画人才和作品资源，培养了千万级忠实的“漫迷”，拥有巨大的动漫产业链优质 IP 入口和平台价值。

（3）投资萌果网络，开拓手游领域。公司投资平台上海鸿立于 2013 年 7 月对上海萌果信息科技有限公司投资 2000 万元，持有其 22.038% 股权。萌果网络主要从事移动端网络游戏的研发和运营。

##### **3、提升数字化能力。并购邦富软件，提升数字化能力。邦**

富软件具备大数据和技术积累优势，未来将成为华闻传媒内容平台庞大用户和数据的大数据引擎，提升用户服务、增强用户粘性、挖掘用户价值。

4、成立三个中心。拟成立内容中心、数据中心和创新中心三个中心，打造“互联网平台型传媒集团”。同时，充分发挥华闻传媒产业创新研究院的作用。

5、持续并购，占据制高点。通过内容孵化、转型创新、持续并购、版权合作等多种渠道聚合精品内容，大幅度充实内容平台，提高原创能力；通过合作与并购继续拓展多屏端口，提升流量变现能力。

#### （五）公司并购资产与总体盈利预测。

介绍本次重组前后公司的盈利情况：

项目	2012年	2013年 (实际备考)	2014年预测 数据(备考)
营业总收入	409,542.00	388,291.30	484,459.78
营业利润	64,852.59	99,119.62	145,472.82
利润总额	65,990.19	107,605.69	145,847.03
归属于母公司所有者的净利润	26,944.68	92,138.34	111,356.91

### 三、交流

1、问：公司有很丰富的资源和内容，涉及的业务面比较广，分子公司也比较多，公司对这些业务如何形成有效管理？这些业务之间如何协调发展？

答：公司现有的业务主要是华商报系的独家经营业务、证券时报的独家经营业务、国际台国内三套广播的独家经营业务、海口管道燃气的独家经营业务、出国留学咨询业务以及投资业务等。公司对这些子公司实行的是集团化目标责任制管理，每年均签订目标管理责任书并进行考核奖惩。对子公司的管理，具体来说又分为两块：一块原来由华闻传媒自己孵化的业务如民生燃气业务、上海的投资业务，公司管理的比较细，介入的相对深入；另一块是通过并购产生的业务，如华商报系的独家经营业务、证券时报的独家经营业务、出国留学咨询业务，这些业务的管理团队都是创业型人才，经受过市场的考验，这些业务公司采取相对宽松的业绩目标管理。

为整合公司现有资源，打造互联网平台型传媒集团，充分发

挥各业务之间协调发展，公司拟成立内容中心、数据中心、创新中心，充分发挥邦富软件的大数据挖掘和分析的能力，整合现有不同形态内容和用户，打通各媒体通道，共享内容和用户资源，增强用户的交互性，提高用户的粘性，从而提升公司互联网平台的价值。

**2、问：公司定位为互联网平台型传媒集团，通过多终端向用户提供内容服务，请问公司在移动端和电视端具体有哪些布局？**

答：公司在移动端的布局当前主要以国视通讯和本次重组拟收购的掌视亿通为中心，进一步丰富其视频内容，提升用户数量。国视通讯 2013 年底包月付费用户数在 600 万左右，到 2014 年 3 月底包月付费用户已经超过了 800 万，一个季度增长了 30%以上，增长速度非常的快，未来几年公司非常看好移动端运营商视频的发展。

此外，公司的实际控制人国广控股的子公司国广星空，在手机电视的运营方面积累了丰富的经验，客户端累计激活下载已超过 1.3 亿，月活跃用户 445 万，已经具有一定的用户基础。

公司在电视端的布局主要以与股东联营的国广东方为中心，通过多种方式抢占终端用户，预计国广东方今年终端用户数可以达到 400 万左右，明年终端用户数的目标是达到 1500 万。公司希望通过 3 年的发展国广东方能够覆盖 3000-4000 万的终端用户。

此外，公司的实际控制人国广控股与甘肃卫视进行了深度合作，对卫视的运营也做了一些尝试，也取得了一些经验。

如公司与国广控股就相关业务进行合作或由公司并购相关资产，公司将严格按照相关规定履行审批程序和信息披露义务。

**3、问：公司战略要打造互联网平台型传媒集团，平台的核心是用户，请问公司的用户在哪里，具备多大的规模？这些用户有哪些变现方式？**

答：公司旗下各终端共覆盖大约 3000 万的用户群体，具体而言就是国广光荣所独家经营的广播覆盖 1500 万听众、国视通讯的手机视频包月用户数在 800 万左右、华商报系覆盖 500 万左右的订阅用户、证券时报覆盖 50 万左右用户数。此外还有华商网、辽一网、证券时报网、太傻网等也拥有较大的用户数。下一步公司要建立数据中心，将公司旗下各渠道拥有的所有用户归集到统一的用户数据平台上来，同时对公司旗下各形态的内容进行

数字化管理与传播，让用户共享公司丰富的传媒内容。

目前，公司的用户变现方式主要是手机视频订阅、出国留学咨询、广播广告、楼宇电梯广告等，这些变现方式相对隔离分散。下一步要通过数据中心的建设，通过大数据分析，将离散的用户整合到统一的数据库中为全渠道变现服务，如将华商网用户导入国视通讯成为手机视频订阅用户、向全用户做出国留学方面的推送等。此外，公司也要进一步丰富用户变现渠道，未来要重点打造客厅端的变现方式，如互联网电视广告、互联网电视游戏等。

**4、问：华商传媒在全国跨地区都市报经营方面做的非常成功，目前转型业务经营如何？**

答：传统报纸业务下滑是一个结构性趋势，但公司报纸业务几年前就开始向新媒体转型，目前转型的新媒体业务收入已经上升到接近 50%，具体采取的转型措施主要如下：

在未来三至五年，华商传媒将努力保持主业稳健发展，继续居于行业和地区领先地位。同时，通过转型探索和创新实践，稳步进入综合信息服务领域，形成华商媒体平台、信息服务平台、文化创意产业平台加“华商投资”的“3+1”战略新格局，从以都市报运营为主业的传统新闻出版传媒企业，转型成为“提供综合信息服务的现代传媒企业”。在巩固跨区域经营都市报业务的基础上，拓宽现有垂直产业链、延伸华商品牌，同时以网络化、移动化为方向拓展新媒体业务，充分利用强大的服务网络及现有的区域网站——华商网、辽一网、新文化网、重庆时报网，进行矩阵式拓展。

（1）房地产电商业务。重庆华博成功探索了房地产电商业务模式，将传统的报纸房产广告业务实现了由“按展示付费”向“按效果付费”的转型，所谓按效果付费，就是让广告主不是按照广告投放量来付费，而是按照广告投放后带来的实际效果，就是实际的用户成交量或是量化的潜在客户来付费。房地产包销（电商）模式，是由重庆龙湖地产首先推出的，包销对开发商来讲有 3 个好处：一是包销与传统报纸广告相比，有对赌的意义，更容易引发开发商积极性；二是包销是报纸向购房者收费，不占开发商的营销费用，会弥补其不足的营销费用，且不体现在营销费用中；三是附加值多了，重庆华博要参与策划、现场执行、线下渠道的铺设等，深度介入销售。2013 年实现房地产销售总套数超过 1 万个，成交金额超过 100 亿元，实现净利润超过 3000 万元。

	<p>(2) 会展业务。依托华商报的公信力和品牌影响力，在西安地区开展针对广告主的行业展会，西安汽车博览会已经发展成为中国五大车展之一。2013 年会展业务收入达到 7000 多万元，净利润达到 3500 多万元。</p> <p>(3) 现代快递业务。黄马甲在华商传媒四大报纸所在地建立了超过 7000 人的报纸投递队伍，保证了报纸能在第一时间投递至阅报人处，提升了其报纸的竞争力。为了提高效益，黄马甲自 2012 年开始开拓新的投递业务，与鲜奶厂商合作帮助其投递酸奶，与快递合作协助其进行“最后一公里”的投递合作，随着网上购物的快速增长，黄马甲新型投递业务呈现了快速增长趋势，探索出了现代物流服务业的新模式。2014 年快递合作电商客户预计为 13 家，分别为凡客、当当、唯品会、聚美优品、天猫、易迅、苏宁、国美、倍乐生、家有购物、一号店、东方购物、思迈等。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了交流与沟通，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2014 年 6 月 10 日